



CONCESSION
I.Novatis
Alternative Environnement

INTRODUCTION

Le marché du développement durable est l'un des plus gros de ce début de siècle, I.Novatis veut y tenir un rôle prépondérant en qualité d' « intégrateur de solutions ». Les acteurs des différents secteurs abordés ne sont guère innovants tant dans les solutions techniques qu'ils offrent, souvent prisonniers d'une technologie unique (métallurgiste ou plasturgiste ou « marchand de béton », etc...), que dans leurs méthodologies de commercialisation.

En outre les majors du secteur se consacrent aux plus grandes collectivités laissant une place très importante aux entreprises comme les nôtres, réactives et aux dimensions humaines plus en rapport avec les souhaits de nombreux décideurs. C'est pourquoi I.Novatis se positionne comme un acteur incontournable en matière de solutions environnementales aussi bien auprès de la clientèle privée que publique, sur des niches à l'abri de toute concurrence « type pour type ».

I.NOVATIS EN QUELQUES MOTS

I.NOVATIS : INTEGRATEUR DE SOLUTIONS

I.Novatis a pour vocation d'étudier, créer et commercialiser des produits de préservation de l'environnement au travers de 2 réseaux de concessions exclusives travaillant en synergie :

- « I.Novatis Alternative Urbaine » propose une offre de mobiliers et équipements novateurs prenant en compte l'identité régionale et les besoins identifiés des habitants.
- « I.Novatis Alternative Environnement » propose des solutions de préservation de l'eau, de l'air, des sols et d'économie d'énergie.

Le concessionnaire local I.Novatis doit être, pour les décideurs locaux, publics ou privés, un interlocuteur de proximité incontournable en matière de solutions de préservation de l'environnement. Il est « dépositaire » de solutions innovantes propres à I.Novatis ou à ses partenaires soigneusement identifiés et validés.

La prise en compte des identités régionales et des besoins spécifiques pour chaque client est fondamentale.

L'opportunité d'entreprendre :

Notre approche est totalement originale sur ce type de marchés, notre offre portant sur des solutions globales et intégrées est sans concurrence, nous ne sommes concurrents d'aucun mais, au contraire, complémentaires de la plupart des fournisseurs intervenants sur nos marchés...

En dehors de l'excellent accueil qui nous a été réservé par les collectivités et de grands groupes, près de 30 concessionnaires ont pu chacun, dans leurs régions, vérifier la pertinence de l'offre.

LES PRODUITS DE LA GAMME « I.NOVATIS SOLUTIONS ENVIRONNEMENT »

❖ Réduction de la consommation électrique

Le **système d'économie d'énergie Luciole** permet d'économiser la consommation de tout système d'éclairage par gradation de puissance (économie de 30% sur le coût de l'énergie). Il se compose d'un boîtier de petite taille qui se loge dans les armoires d'éclairage public. Il entraîne la réduction des coûts d'installation et d'entretien. De plus, il est modulable et économique à l'achat.

Principales cibles :

- Collectivités souhaitant diminuer la facture EDF et améliorer leur image auprès des électeurs(communes, syndicats intercommunaux),
- Entreprises ou commerces ayant des parkings éclairés (grande distribution, transporteurs).

La concurrence :

- Les produits concurrents proposent une régulation sur chaque point lumineux et sont donc beaucoup plus chers à l'achat.
- Leur conception complexe nécessite plus de maintenance.

PRODUITS	PRIX DE REVIENT PAR LAMPE
LUCIOLE	25€
SCHNEIDER	100 €
INDUXI	150 €
BULL	120 €

❖ Récupération des eaux pluviales

En partenariat avec l'un des plus gros intervenants du marché européen nous proposons une gamme complète permettant de récupérer les eaux pluviales et de les utiliser pour l'arrosage, le lavage des voitures, ou encore les chasses d'eau des WC, les lave linge et lave vaisselle.

Ces dispositifs bénéficient de la toute dernière décision du parlement de défiscaliser ce type d'achat à hauteur de 25%.

❖ Récupération et traitement des eaux usées

➤ Les micro stations d'épuration EPURIS et stations « semi collectives » ISEA

La gamme de micro stations autonomes de traitement des eaux résiduaires (Epuris) est destinée à l'équipement des habitats dispersés non reliés au réseau collectif. Nous disposons également de stations collectives jusqu'à 2000 équivalents habitants, ainsi qu'aux industries du secteur de l'agroalimentaire et de la chimie (permet le respect des normes européennes en matière de rejet des eaux).

Principales cibles :

- Promoteurs immobiliers (construction de lotissements excentrés pour lesquels le raccordement au collectif est trop coûteux),
- Particuliers non raccordés au réseau collectif,

- Communes rurales (la loi sur l'eau rend les maires responsables de la qualité des eaux rejetées dans leur commune),
- Industrie agroalimentaire et chimique.

La concurrence :

La concurrence en matière d'épuration collective s'adresse, presque exclusivement, aux collectivités de plus de 5000 habitants. Pour l'épuration autonome, il y a surtout des fournisseurs de « fosses toute eaux », produits plus encombrants, moins faciles à installer et dont le coût d'installation est sensiblement supérieur.

➤ Les bacs à graisse

Il s'agit d'un système de « biodigestion » des graisses par des micro-organismes naturels. Ce système permet la récupération des matières solides et le respect des normes européennes en matière de rejet des eaux. Il ne nécessite qu'un entretien rapide réduisant la fréquence des curages.

Principales cibles :

- Restauration collective, hôtels et restaurants,
- Hôpitaux, cliniques
- Lycées, écoles.

La concurrence :

Principalement, les bacs à graisse en béton, de technologie ancienne, mais donc connue des installateurs.

❖ Produits biologiques de nettoyage et désinfection

NOVABIOTIS propose une gamme complète de produits de nettoyage efficaces et respectueux de l'environnement, ne rejetant aucun polluant. Ces produits assurent la protection totale des utilisateurs et du public. Ils sont fabriqués à base d'huiles essentielles ou de micro-organismes validés en laboratoire officiel, et conformes aux normes européennes, garantissant à la fois l'efficacité et l'innocuité.

Principales cibles :

- Mairies, écoles, collèges, crèches,
- Industriels
- Maisons de retraite, cliniques, hôpitaux,
- Hôtels, restaurants,
- Concessions automobiles,
- Campings,
- D'une manière générale, toute organisation ou entreprise ayant des locaux à entretenir,
- Particuliers.

La concurrence

Dans la gamme biologique :

- vente essentiellement par catalogue, sur Internet,
- pas de visites clients,
- pas de démonstration, d'échantillons et de formation aux produits.

Les concurrents : Gamlen, TREVOX (Belgique), Lobial.

Dans la gamme chimique :

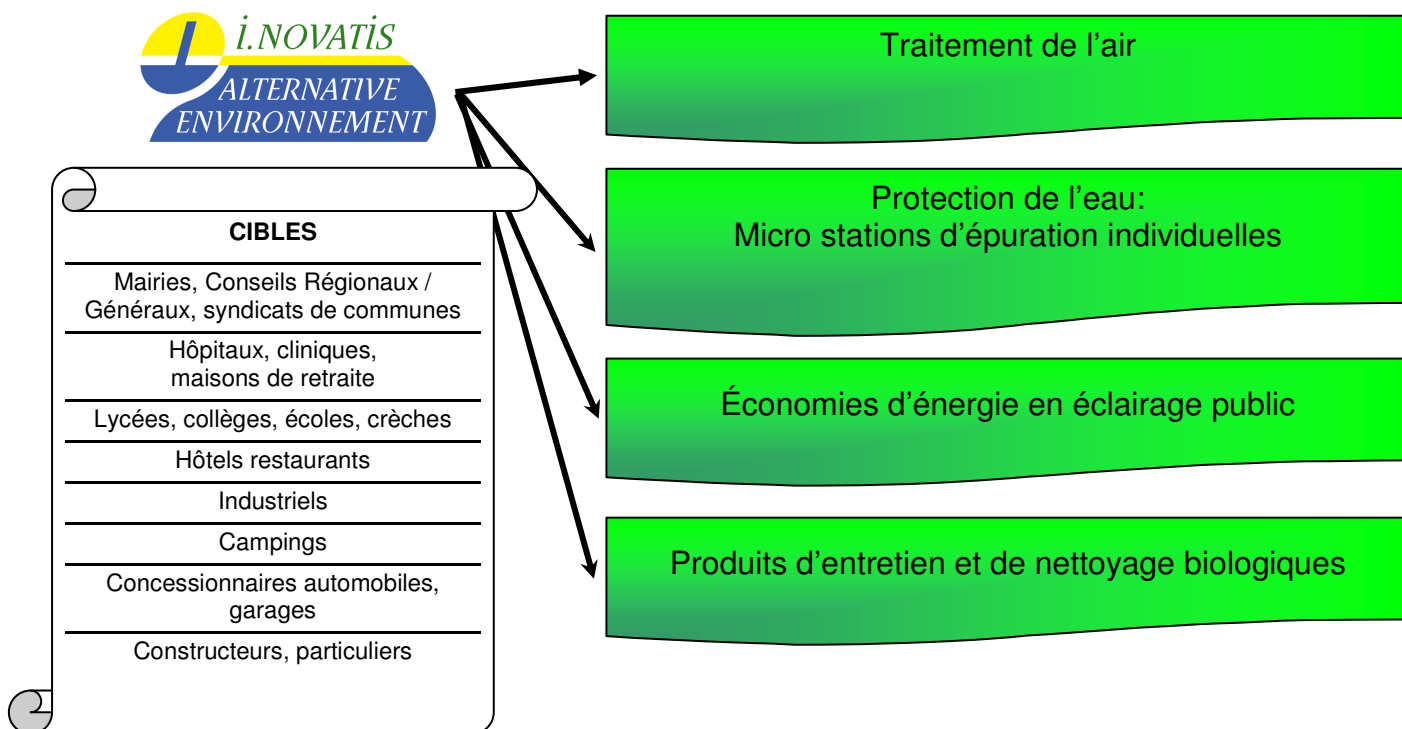
Les grandes marques de produits ménagers et d'entretien (Johnson, Unilever...), ainsi que quelques marques qui commercialisent auprès des professionnels en VPC . Les cibles visées sont différentes de notre clientèle potentielle.

❖ **Traitement de l'air**

I.Novatis propose deux gammes de produits destinés à détruire les mauvaises odeurs et plus généralement les C.OV (composés organiques volatiles) :

1. les produits biologiques à base de molécules d'huiles essentielles
2. une gamme complète de « photocatalyseurs »

SYNTHESE DE L'OFFRE



LE MARCHÉ

Les sociétés occidentales voient se développer de plus en plus fortement une prise de conscience de l'impact de notre système industriel sur notre mode de vie. (Conférence Internationale sur le changement climatique – KYOTO 1994 - 166 pays signataires).

Ce mouvement s'accompagne d'une plus grande responsabilisation à tous niveaux (collectif, politique et individuel) dans la protection de notre environnement, particulièrement en France (Le Monde, 4/02/2004) .

En Europe le nombre de citoyens sensibles à ces sujets est en croissance importante.

La traduction de cet état d'esprit en actes se fait à des vitesses diverses et dépend essentiellement de la pertinence de l'information et de la richesse de l'offre de produits adaptés, fiables, et dans une norme de prix acceptable.

Or, le marché ne propose pas ou peu de solutions adaptées aux attentes des citoyens consommateurs (à titre privé ou professionnel).

Il y a donc une attente de propositions structurées, qui intègrent des produits ayant fait leurs preuves sur le plan technique, et dans des conditions économiques viables.

Cette perméabilité à une offre qui prend en compte la notion environnementale se retrouve à la fois dans les circuits de décisions des marchés publics, dans une proportion non négligeable d'entreprises privées, et chez un nombre croissant de particuliers.

Très souvent, l'acheteur n'atteint pas le cap du passage à l'acte d'achat de produits respectueux de son environnement, par manque d'information, et parce que l'offre existante ne correspond pas à la qualité attendue.

QUELQUES CHIFFRES

Le marché du Bio, par exemple, en France a dépassé la barre symbolique du milliard d'Euros depuis l'an 2000.

2 000	PRODUITS NETTOYAGE	MARCHE BIO	%
FRANCE	124 Milliards d'€	1,50 Milliards d'€	1,2%
EUROPE	572 Milliards d'€	13,60 Milliards d'€	2,4%

Source: CIAA / INRA UREQUA

C'est un marché qui se distingue surtout par son rythme de croissance. Il affiche une **hausse moyenne annuelle de 20%** depuis 1994 et représente pour la seule année 2000, **30% de progression par rapport à 1999**.

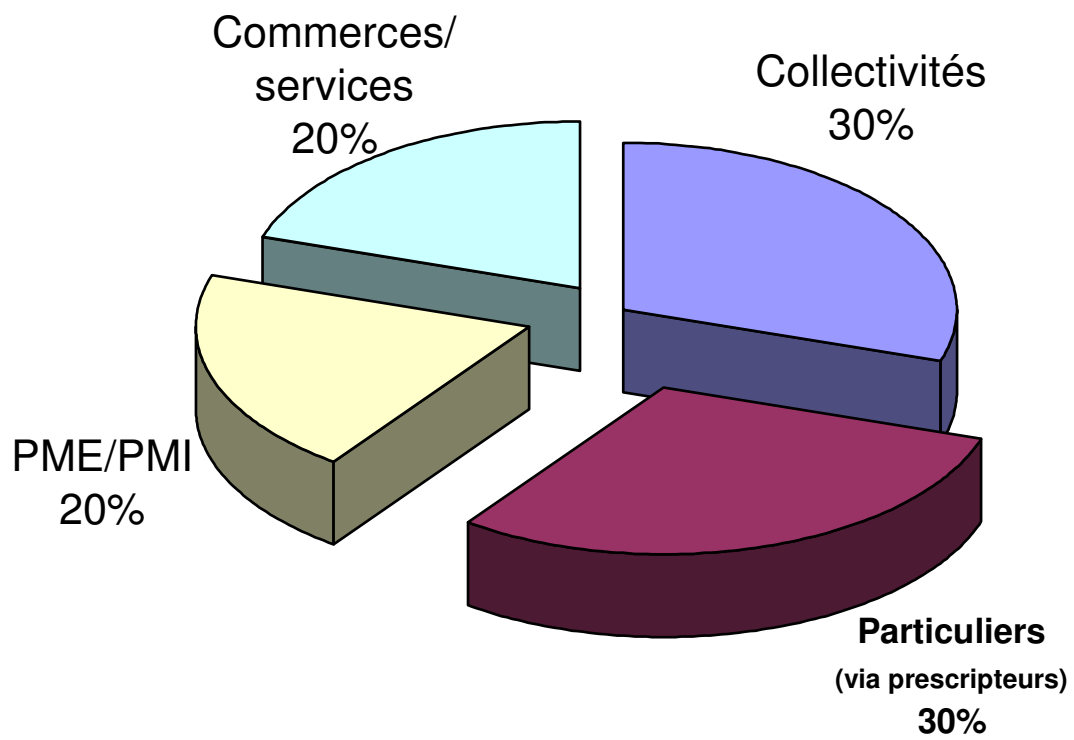
Ce marché qui n'a pas encore trouvé ses propres règles internes et qui est très atomisé tant au plan des consommateurs que des fabricants.

En dehors des produits issus de l'agriculture biologique, il n'existe encore **aucun label** qui permette de reconnaître les efforts des intervenants pour se positionner dans une démarche de *développement durable**

Cependant une prise de conscience intervient chez les décideurs des pouvoirs publics qui intègrent de façon informelle la notion de protection de l'environnement dans le processus d'appel d'offres.

Le label H.Q.E. (Haute Qualité Environnementale) se développe dans les travaux publics et dans le Bâtiment et Travaux Publics (la progression est plus modeste dans le secteur privé).

**Développement durable : "c'est la capacité des générations actuelles à satisfaire leurs besoins sans empêcher les générations futures de satisfaire leurs propres besoins"*



❖ En résumé :

■ Le Secteur Public

Il s'agit des collectivités territoriales : mairies, communautés urbaines, communautés d'agglomération, communautés de communes, pays, EPCI, conseils généraux, conseil régional, préfectures, syndicats des eaux, syndicats d'électricité, et :

- Hôpitaux, cliniques, maisons de retraite
- Etablissements scolaires, universités, centres de formations publics,...
- EDF, SNCF, RFF, régies de transports publics, France Télécom,...
- Délégations régionales des ministères et organismes publics (agence de l'eau, DDE, police, services fiscaux...)
- Armée, CPAM, prisons, tribunaux, campings municipaux, parcs de loisirs, ...
- OPHLM, parkings publics souterrains, sociétés d'autoroute...

■ Le Secteur Privé

- La grande distribution.
- Les industriels
- Les parkings
- Les cliniques, hôpitaux privés et maisons de retraite
- Les lotisseurs, les architectes, les syndicats d'immeubles, bureaux d'étude, constructeurs,...
- Les commerçants, les restaurants, les hôtels
- Les concessionnaires automobiles, les garagistes
- Les loueurs de voitures...

■ Les particuliers

- Nous les approchons exclusivement au travers de prescripteurs (terrassiers, architectes, lotisseurs, etc...), pour les murs anti-bruits et les micro-stations d'épuration.

POINTS FORTS DU CONCEPT

- Un climat global où il n'est plus « politiquement correct » de ne pas prendre en compte la dimension environnement
- Des références importantes
- Droits d'entrée réduits, pas d'investissements initiaux.
- Des partenariats à exploiter immédiatement.
- Des frais de structure très réduits, pas de nécessité d'investir dans des locaux, des aménagements ou des stocks, un simple bureau dans un centre d'affaires ou pépinière d'entreprises avec secrétariat partagé (voire un « home office ») suffira pour débiter l'exploitation, les investissements seront faits quand le concessionnaire s'en sera donné les moyens.
- Un revenu récurrent
- Un partenaire qui aide au démarrage de l'activité (voir Kit Intégration)
- Un réseau significatif déjà en place

❖ Organisation commerciale

Pour le marché national, nous avons lancé un programme de recrutement d'un réseau de concessionnaires. Ceux-ci bénéficieront de nos premiers partenariats, et nous leurs transféreront notre savoir faire, et l'exploitation de nos marques et modèles, moyennant une redevance sur leur chiffre (5%).

Chaque concessionnaire pourra constituer une équipe commerciale et éventuellement technique.

PARTENARIATS COMMERCIAUX

- ❖ PRODUCTIS dirigée par l'ancienne directrice de la formation de Xerox France assure la formation commerciale et aide au lancement des concessions (qualification de fichiers, phoning prise de RDV's, etc...)
- ❖ Pour les financements nous développons des solutions avec les groupes KBC Lease et Venturis.
- ❖ Pour la formation de validation du projet individuel de concession et l'optimisation du site Internet et du réseau extranet nous appuyons sur la société Compétences + (également prestataire pour L'Oréal, Péchiney, Usinor, France Télécom, etc...)

❖ kit d'intégration

Le concessionnaire bénéficie :

- Aide à l'établissement de son business plan et aux demandes de prêts créateurs. La plupart des concessionnaires ont obtenus 28 000€ de prêts à la création (BDPME 7 000€, banques 21 000€) ce qui permet, entre autre, l'acquisition de la concession.
- D'une charte graphique
- D'un site Web très performant et d'une assistance à son utilisation.
- **Kit Communication** : cartes de visite, papiers en tête, plaquettes, CD et Books
- Echantillons et équipements de démonstration
- D'une aide à l'organisation commerciale, et à la prise de décision
- Etude comportementale « Insight Discovery » qui permet à chacun d'identifier ses forces et faiblesses personnelles afin de corriger ces dernières.
- Formation :
 - Technique** : Formation aux produits, faite par les concepteurs ou licenciés et aux produits de communications interne (Site Web, WebMail, Outils de reporting ...)
 - Commerciale** (Selon le profil du candidat):
 - Approche des collectivités locales
 - Accompagnement terrain.
 - Argumentaire Produit, training argumentaire par cabinet extérieur (après la confirmation du protocole).
 - Comptable** : Formation par professionnel de la comptabilité aux bases de gestion d'une PME.
- **Kit de lancement** :
 - Méthodologie de travail avec force de vente supplétive ponctuelle.
 - Aide au recrutement d'un commercial « mass market » en contrat « aidé ».
 - Organisation de l'opération « portes ouvertes » d'inauguration de la concession avec appui de l'équipe de direction I.Novatis.
 - Opération phoning pour premiers rendez-vous par cabinet spécialisé.

❖ Conditions d'accès

Le territoire concédé est d'environ 600 000 habitants ;

Il n'est pas possible de signer le contrat de concession d'emblée, ceci afin de donner aux 2 parties un « droit à l'erreur », la possibilité d'apprendre à se connaître, de bâtir ensemble le business plan du concessionnaire et de vérifier ensemble la validité des arguments évoqués par chacun lors des entretiens de recrutement. (Vérifier la qualité des produits et partenaires pour le concessionnaire, évaluer l'aptitude à la vente et à la capacité à diriger une entreprise du candidat pour I.Novatis).

Il est, par conséquent, signé au départ un protocole de réservation de territoire entre les parties, fixant, entre autre, la date de signature du contrat de concession, cette date intervenant entre 2 et 5 mois après la signature du protocole.

Les conditions d'accès à la concession sont les suivantes :

- A la signature du protocole de réservation de territoire, il sera proposé au candidat d'intégrer un stage de formation au métier de dirigeant de PME, et de qualification du projet, dans une société partenaire, le coût du stage étant de 3300€HT payés à la signature de la commande de stage.
- Le kit d'intégration à un coût de 8700€HT, et sera réglé de la manière suivante : un mois après la signature du protocole de réservation, le candidat intégrera le programme d'intégration prévu dans le kit, le candidat versant, simultanément, 4000€HT à I.Novatis, le solde étant payé à la signature du contrat définitif.
- Le concessionnaire durant sa période de formation établira son business plan avec le support d'I.Novatis. Au cours de cette période le concessionnaire devra qualifier son marché régional.
- Le contrat de concession devra intervenir entre le deuxième et le cinquième mois suivant la signature du protocole de réservation Les droits d'entrée sont de 1 700€ par tranche de 100000 habitants. Pour 600.000 habitants, par exemple les droits s'élèvent à 10 200€. Le paiement des droits s'effectue à la signature du contrat, par la société concessionnaire créée, sauf disposition particulière.
- Dès la signature du contrat, la concession s'acquitte d'un droit d'exploitation permanent sera de 25 € HT par mois par tranche de 10 0000 habitants, qui permet l'actualisation et la maintenance permanente du site Internet, le support de la direction de réseau (en particulier pour faire vivre les synergies entre les différentes composantes du réseau), la formation continue du concessionnaire et de ses collaborateurs, le support terrain du concédant pour des opérations commerciales ou de relations publiques sur le territoire du concessionnaire et d'une approche nationale des grands comptes (à ce droit d'exploitation permanent s'ajoutent les redevances proportionnelles sur chiffre d'affaires décrites dans le chapitre « Organisation commerciale »). Ce droit fixe est remboursé à hauteur de 50% pour les concessionnaires réalisant plus de 250000€ de C.A

INTEGRATION CONCESSIONNAIRES

La formation se fait par sessions de 2 ou 3 jours toutes les 3 semaines environ.

PREMIER MOIS (« PRE-STAGE »)

- Formation à l'utilisation du site internet.
- Formation à la création et à la gestion d'une PME
- Formation de base aux premiers produits (par I.Novatis, inventeurs et dirigeants des sociétés partenaires)
- Sorties terrain avec un concessionnaire en place
- Rencontres avec concessionnaires I.Novatis
- Premiers sondages clients sur son territoire sur produits vus en formation dans une optique de qualification du marché régional.
- Etablissement des grandes lignes du business plan, partie rédactionnelle, plan d'action commercial.
- Rencontres avec 1^{ers} institutionnels : Mairie du futur siège, ASSEDIC, ANPE, PFIL
- Début des démarches de création de l'entreprise.

DEUXIEME MOIS

- Finalisation du business plan et notamment comptes d'exploitation prévisionnels
- Poursuite de la qualification marché régional et sorties éventuelles avec concessionnaires ou équipe commerciale I.Novatis.
- Rencontres avec certains acteurs de la création d'entreprise (CCI, BDPME, Banques)
- Présentation des demandes de prêts.
- Suite de la formation aux produits.
- Recherche des aides à la création (PCE, FRAC, etc...).
- Création de l'entreprise, obtention du K Bis
- Demande de déblocage des prêts obtenus
- Premières propositions et devis.
- Rencontres avec institutionnels : Union Patronale, Conseil Général , Conseil Régional, associations économiques diverses
- Formation au nouveau code des marchés publics.
- Formation à la location financière.
- Formation commerciale: Structure du rendez-vous commercial 2jours (Réalisée par notre partenaires Productis)
- Etude comportementale « Insight »

TROISIEME ET QUATRIEME MOIS

- Signature du contrat de concessionnaire
- Visite, sur demande, des sites de production de nos principaux partenaires Négociation avec les collectivités locales
- Action de phoning « prise de RDV décideurs » avec Productis
- Opération d'inauguration de la concession.
- Informations sur recrutement des commerciaux et opérations « commando ».
- Pénétration des réseaux de décideurs : méthodologie

INVESTISSEMENTS MOYENS

PAPETERIE : 300€
INFORMATIQUE : 2000€
FORMATION/INTEGRATION : 13000€
DROITS D ENTREE : 10 200€

EQUIPE DIRIGEANTE ET ACTIONNAIRES ACTIFS

Philippe Véroult

Issu de « l'école » de vente mondialement réputée : Rank Xerox, où il a passé 10 ans, il a participé à la création de plusieurs entreprises et développé des réseaux commerciaux de toutes natures (salariés, franchisés, concessionnaires) pour des entreprises de toutes dimensions. **Président du conseil d'administration d'I.Novatis et directeur général, en charge, en particulier, du développement de réseau.**

Olivier Benezech

Entrepreneur de vocation, il a commencé sa vie active en créant son entreprise, suite à son passage par l'école de vente Rank Xerox. Il a créé le site internet (inovatis.com) avec Franck Vial et est en charge de son développement permanent ainsi que des outils et moyens de communication internes et externes, ainsi que la formation. **Membre du comité exécutif en charge du marketing et administrateur d'I.Novatis.**

Philippe BLOT

Ingénieur en automatique, il s'est spécialisé dans les secteurs de l'environnement, des transports en commun et de la régulation du trafic notamment au sein des groupes SUEZ et GIRAUX où il a occupé diverses directions générales de filiales depuis 15 ans. Ses équipes ont conçu le premier système informatique temps réel mondial en régulation du trafic ou les systèmes de recueil de données qui permettent de connaître les temps de parcours en Ile-de-France. Il apporte également une importante connaissance des collectivités à tout niveau. **Administrateur et membre du comité exécutif**

Franck VIAL

Designer graphique et produit, il est en charge de l'habillage du site I.Novatis, et de la charte graphique de la documentation commerciale. Riche d'une expérience de 15 années dans le milieu artistique et industriel, il travaille sur la conception des produits de la gamme Alternative Urbaine. Son expertise en design de produit manufacturé lui permet de dessiner les innovations spécifiques à I.Novatis. Il a remporté entre autre le premier prix UTOPIA 2004, concours international comptant 75 pays et plus de 1500 participants, et qui avait cette année pour thème le développement durable.

Jean-Claude Lebetterre

De formation Supérieure, il a effectué une grande partie de sa carrière dans de Grands Groupes de Services aux Entreprises. Directeur de Centres de Profit chez ELIS pendant 15 ans, il a ensuite occupé des postes de Direction Commerciale chez ISS et

ONYX/VEOLIA ENVIRONNEMENT dans la division Déchets et Nettoyage Industriel. Il possède une bonne connaissance du milieu Industriel et des grands donneurs d'ordre publics. **Membre du comité exécutif, et directeur des ventes**

Stéphane Galmiche

Universitaire, il a effectué une grande partie de sa carrière en qualité de contrôleur de gestion dans de grands groupes (Danone en particulier) et des PME y compris nouvelles.

Membre du comité exécutif, directeur administratif, juridique et financier.

Daniel Gradeck

Universitaire (Histoire/Economie), diplômé de l'Institut Français de Gestion (Paris). A effectué toute sa carrière dans les métiers de l'environnement (eau, assainissement, énergies, déchets, nettoyage, facility management...) en France et principalement à l'international en qualité de directeur régional (SITA/SUEZ), directeur commercial France (USP-Vivendi), directeur du développement international ces 16 dernières années (Saur/Bechtel). Il possède une grande expérience des collectivités locales et marchés publics ainsi que des grands comptes industriels. **Membre du comité exécutif et associé**